

음식관광을 통한 국내관광 활성화 방안

<연구기획조정실 정책정보통계센터, 2013. 10. 01>

*Hot Issue Brief는 매주 관광 관련 이슈를 키워드로 선정하여 키워드와 관련된 정부부처 보도자료, 연구보고서·논문 및 각종 언론보도 등을 바탕으로 작성되고 있습니다.

1 음식관광의 개념과 유형

□ 음식관광에 대한 정의

- 음식관광에 대한 정의는 다양하게 정의되고 있는데, ICTA(International Culinary Tourism Association)는 음식관광이란 “문화관광의 일부로 이해되어야 하며 방문 지역에서의 독특하고 기억할만한 식도락 경험”으로 정의 (로컬푸드시스템을 기반으로 한 인천시 음식관광 활성화 방안, 인천발전연구원, 2011)
 - 음식관광은 특정관심분야관광/특수목적관광(Special interest tourism: SIT)의 일종으로서 음식과 관련된 다양한 요소들이 여행의 동기를 자극하는 중요한 요소로 작용하는 관광임
 - 음식관광의 주요한 관광활동을 살펴보면, 음식과 관련된 주요 생산지를 방문하고, 음식축제에 참가하며, 레스토랑이나 특정한 장소에서 음식을 시식하거나, 특산물 생산지역의 특성을 체험해 보는 것 등이 포함됨
- 음식관광은 광의의 의미로는 관광객이 관광지에서 경험하는 음식과 관련된 모든 활동
 - 관광객이 관광지에서 음식을 먹는 것, 구입하는 것, 음식 만드는

장소를 방문하는 것, 음식을 만드는 과정을 관찰하거나 배우는 것 등의 모든 활동을 포함하는 개념으로 정의

- 협의의 의미로는 관광의 주된 목적이 음식과 관련된 활동을 하는 것
 - 음식 생산지 방문, 음식축제 참여, 특정장소에서의 음식 시식, 특산물 생산지역의 특성을 체험해 보는 것으로서 이 모든 음식관련 행위들이 여행의 동기를 자극하는 중요한 요소로 작용하는 것을 의미
- 예전에는 관광함에 있어 ‘음식’이라는 것이 단순히 관광객들이 1차적인 관광매력물(Tourism attractions)을 선정하고 난 이후 2차적인 관광요소로만 구분되어 왔지만, 최근에는 음식 그 자체가 관광활동의 1차적이고 직접적인 동기가 되고 있는 추세 (신한류콘텐츠 음식 관광 활성화 방안, 경기개발연구원, 2010)

□ 음식관광의 유형 (부산 음식관광 활성화 방안연구, 부산발전연구원, 2009)

- 음식관광은 여행 동기로서의 음식에 대한 관심정도에 따라 그 범주를 식도락관광(Gourmet tourism), 미식관광(Gastronomic tourism), 쿠진관광(Cuisine tourism), 요리관광(Culinary tourism), 농촌/도시 관광(Rural/Urban tourism)으로 구분할 수 있음
 - 식도락관광, 미식관광, 쿠진관광은 관광객들이 음식에 대한 관심도가 높아 관광지를 찾는 주된 목적이 특정 레스토랑, 시장 또는 양조장을 방문하는 것 등의 관광형태를 의미함
 - 요리관광은 여행 동기로서 음식에 대한 관심도가 중간정도인 것으로 관광객들은 관광지에서 관광활동 중의 하나로 보다 다양한 삶의 경험을 위해 지방의 시장, 음식축제, 레스토랑 또는 양조장을 방문함
 - 농촌/도시관광은 다른 형태에 비해 관광객들의 음식에 대한 관심도는 가장 낮지만 관광객 수가 가장 많은 형태로 관광객들은 단지 신기하기 때문에 지방의 시장, 음식축제, 양조장 또는 레스토랑을 방문함

2

외래관광객을 대상으로 하는 음식관광 관련 동향

- 음식은 주요한 관광지 방문동기이자 관광체험 활동 (2012외래관광객

실태조사, 한국문화관광연구원, 2013)

- 외래관광객 실태조사 결과, ‘음식/미식 탐방’은 외래관광객의 한국 선택 시 고려 요인 중 2번째 높은 요인으로 선정됨
 - 외래관광객실태조사 결과, ‘음식/미식 탐방(44.3%, 중복응답)’은 ‘쇼핑(66.0%)’에 이어 외래관광객의 관광목적지로 한국을 선택한 고려 요인 중 두 번째 높은 요인으로 조사되었음
 - ‘음식/미식 탐방’ 요인은 2008년 이후 2010년(2009년 대비 1.9% 하락)을 제외하고 지속적인 증가추세에 있는 것으로 나타남
 - * 2008년(41.5%), 2009년(42.1%), 2010년(40.2%), 2011년(44.2%)
- 방한기간 중 활동 또한 ‘식도락관광’이 48.4%(중복응답)로 ‘쇼핑(72.8%)’에 이어 두 번째 높은 참여활동으로 조사됨
 - 가장 좋았던 활동 또한 ‘식도락 관광’이 13.4%로 조사되어 ‘쇼핑(30.4%)’에 이어 만족도가 높은 활동으로 조사됨
- 쇼핑 실태 조사 결과, ‘식료품’은 36.2%(중복응답)로 ‘향수/화장품(46.2%)’, ‘의류(40.8%)’ 다음으로 높은 쇼핑 품목으로 조사됨
- 외래관광객들이 방한 시 일상에서 경험할 수 없거나, 경험하기 어려운 새로운 음식을 체험하게 된다면 이는 중요한 방문 동기이자 매력요소로 작용할 수 있음 (신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안, 경기개발연구원, 2010)
 - ‘음식/미식 탐방’이 한국 여행 동기 중 2위인 상위순위를 차지한 것으로 보았을 때, 적지 않은 외래관광객들이 한국음식에 대한 기대를 가지고 방한한다고 볼 수 있음

□ 음식관광 활성화를 위한 문화체육관광부 정책

- 전국에 산재한 음식테마거리를 외래관광객 유치에 위한 음식 소재 관광활성화 거점으로 육성 (문화체육관광부, 2012.11.26)
 - 한국 음식의 대표성과 함께 스토리텔링 및 상품화 가능성이 있는 단일 음식거리를 대상지로 선정하여, 음식 서비스 인프라를 개선하고, 연계 관광 테마 상품을 발굴하여 이를 토대로 음식관광 산업을 활성화 시킨다는 계획

- 전국 13개 음식테마거리의 식당 업주, 상가변영회, 해당 지자체 관계자들을 만나 사전 주요 조사 시행 결과, 서울 신당동 떡볶이, 전북 남원추어탕, 대구 안지랑 곱창골목, 강원 초당두부, 부산 민락동 횃집 5개 거리를 대상으로 사업이 추진됨
- 한국음식을 소재로 한 관광콘텐츠를 발굴하여, 이를 토대로 테마형 관광 상품을 개발하여 음식관광산업 활성화를 도모 (문화체육관광부, 2013.03.11)
 - 2001년부터 시작된 「한국음식관광산업화 사업」을 통해 한국음식 관광 상품 홍보·마케팅 및 음식서비스 개선 사업을 추진하여 외래객의 음식 만족도를 높이고 있음
 - 음식관광 소재 발굴·육성 및 관광 상품 추진 전략 등 음식관광 산업의 인프라 구축에 기여하고 있음

3

국내외 음식관광 주요 사례

- 국내 음식관광 주요 사례 (로컬푸드시스템을 기반으로 한 인천시 음식관광 활성화 방안, 인천발전연구원, 2011)
 - 음식관광 활성화를 위한 사례는 전국 각지에서 일고 있음
 - 서울에서는 지난 2010년 10월 UN 총회기간 동안, 뉴욕 맨해튼의 UN본부에서 서울시 주체의 한식축제주간 '2010 Seoul Gourmet Week at UN'을 개최하여 사찰음식, 궁중음식, 반가의 다과상, 거리음식 등을 주제로 한국음식을 제공
 - 경기도 안산의 경우 외국인 인구가 많다는 점을 활용하여 다문화 음식거리를 조성하고 먹거리 특화지구로 지정
 - * 이는 경기도에서 추진하고 있는 음식문화 시범거리 사업의 일환으로 추진 되었으며, 다국적 상권이 형성되어 있는 지역특성에 기반하여 다양한 음식 문화를 제공함
 - 광주광역시 남도음식의 관광자원화를 위해 광주시 소재 일반 음식점을 대상으로 광주맛집 신청을 접수받아, 선정된 음식점에 대하여 메뉴와 테마별로 홍보하고, 궁극적으로는 미향 광주 도시 브랜드 가치를 높여 미식관광 활성화를 도모함

- 대구 경북지역에서는 반가음식을 다룬 다큐 프로그램 '양반의 맛'을 제작하여 방영함
 - * 2009년 경북 민속문화의 해 특별 기획으로 제작된 '위대한 유산'의 일환인 프로그램에서는 지역 반가음식을 발굴하고 한식 세계화 가능성을 점검함
- 이와는 별도로 맛체험 투어상품인 '푸드스쿨*'을 운영하여 경북 내 지역별, 계절별로 특화된 음식문화를 테마로 설정하여 운영함
 - * 관광객이 직접 테마별 음식을 만들고 맛보는 이색적인 경험과 주변 관광지를 여행하는 코스로 구성함

□ 외국의 음식관광 주요 사례 및 축제

- 음식관광 상품 및 프로그램 (신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안, 경기개발연구원, 2010)
 - 미국 뉴올리언스 음식역사투어
 - * 미국 뉴올리언스(New Orleans)에는 프렌치 쿼터(French Quarter)를 중심으로 음식과 역사를 함께 경험할 수 있는 음식역사 투어가 유명
 - * 이곳의 음식역사투어에서는 남북전쟁 시절 레스토랑들이 제공하던 음식들을 맛보며 그 당시 역사와 전설 등에 대하여 들을 수 있는 재미를 경험함
 - * 뉴올리언스 음식역사투어는 다양한 종류의 현지 음식을 즐길 수 있다는 장점과 지역의 역사와 음식을 연계하여 즐길 수 있는 매력이 있기 때문에 2009년 750만 명이 방문하여 4억 2천만 달러의 관광수익을 창출
 - 미국 와인관광지로 유명한 나파벨리(Napa Valley)는 캘리포니아의 대표적 포도 재배지이자 고급와인 생산지로서 '와인 트레인(Wine train)'과 '열기구 투어'를 운영하여 연간 300만 명이 넘는 관광객을 유치하고 있음
 - 태국 수도인 방콕을 비롯한 대표적 관광지인 치앙마이, 파타야, 사무이, 푸켓 등 대부분의 지역에서 쿠킹클래스(Cooking class)는 인기 있는 관광 상품임
 - * 대부분의 호텔에서서는 관광객을 위한 쿠킹클래스를 열어 태국음식 요리법을 강습하고, 본인이 요리한 음식을 함께 먹는 등의 이벤트를 개최함
- 음식관련 축제 (신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안, 경기개발연구원, 2010)
 - 독일 뮌헨의 옥토버페스트(Oktoberfest)
 - * 세계에서 가장 유명한 축제 중 하나인 뮌헨시의 10월 맥주축제는 세계대전이

일어난 해를 제외하고는 매년 개최되고 있음

- * 이 축제는 해마다 6~700만 명의 전 세계 맥주 애호가와 관광객들이 참여하며 축제기간에만 무려 600만 l의 맥주가 소비되고 있으며, 8억 3,000만 유로(약 1조 2천억 원)의 경제효과를 창출하고 있음

- 싱가포르의 '세계미식가모임(World Gourmet Summit)'

- * 싱가포르관광청은 1997년부터 싱가포르를 '미식의 천국'이라는 이미지로 브랜딩하기 위한 방법으로 '세계미식가모임'이라는 음식관련 축제를 개최
- * 이 축제에서는 세계적인 음식 가이드북 미슐랭(Michelin)에 소개된 유명 요리사들의 요리를 비롯하여 많은 고급요리들을 시식할 수 있고, 요리강좌를 듣거나 와인제조업자들이 준비한 고급와인들을 다양하게 경험 할 수 있기 때문에 연간 1만 7,000여 명에 달하는 방문객이 찾고 있음

- 토마토를 던지며 즐기는 흥겨운 싸움 '토마티나' (부산 음식관광 활성화 방안연구, 부산발전연구원, 2009)

- * 스페인 발렌시아 지방의 부놀(Bunol)은 매년 8월이 되면 세계적인 토마토 싸움 축제인 '토마티나'에 참여하기 위해 전 세계에서 모여든 관광객으로 북새통을 이룸
- * 1944년 토마토 값이 폭락하자 분노한 지역 농부들이 시의원들에게 분풀이로 토마토를 던진 것이 오늘날 축제의 유래가 되었음

4

음식관광 활성화를 위한 정책방향

□ 음식관광을 위한 인프라 품질 향상

- 음식관광이라 해서 음식관련 상품의 개발만이 필요한 것은 아니며 여타의 관광 상품과 같이 그에 따른 인프라가 절대적으로 필요함 (정유경(2013), 음식관광을 통한 국내관광확대 정책제안, 한국관광학회 관광정책세미나)
- 음식관광은 관광만을 위해서도 안 되고, 음식만을 위해서도 안 되는 음식을 목적으로 하는 관광객을 만족시켜야 하는 산업임
- 내국인 뿐 아니라 외국인 등 누구를 위하더라도 제공되는 음식관광 상품의 품질이 개선되거나 향상되어야 함
- 음식과 관련된 프로그램 내에서 음식 자체에 대한 위생적인 측면을 고려하여 철저한 위생관리를 입증하는 품질에 대한 신뢰를 부여하는 것이 중요함

- 음식관광 프로그램 내에서 제공되는 서비스에 대한 품질 향상을 위해 직원의 서비스 및 언어에 대한 기본적인 교육이 제공되어야 함
- 음식관광을 위해 동반되는 숙박이나 교통 등의 시설을 외국인들의 생활에 맞도록 제공할 수 있어야 하며 체험을 위한 프로그램이라 할지라도 체험을 위해 고통이나 불편으로 상품의 본래 이미지를 손상하지 않도록 해야 함

□ 음식관광과 연계가 가능한 기존상품의 발굴

- 기존에 이미 많이 알려져 있는 관광지나 혹은 관광이벤트 등에 음식이 또 다른 관광 상품이 될 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음 (정유경(2013), 음식관광을 통한 국내관광확대 정책제안, 한국관광학회 관광정책세미나)
 - 기존에 이미 홍보되고 있는 축제나 이벤트 등의 관광 상품을 파악하여 그와 연계된 음식관광 상품을 추가하여 관광객들에게 시너지 효과를 제공하도록 해야 함
 - 특별히 세계적으로 인정되고 있는 각종 사이트에서 이미 홍보되고 있는 장소에 대해서는 음식관광을 비롯한 다양한 프로그램을 개발하여 함께 제공할 수 있도록 하는 것이 필요함
- 향토음식 먹거리 촌 조성 및 축제를 개최하여 관광객들이 지역의 음식을 보다 쉽게 접할 수 있게 하고 음식관광목적지로서의 이미지를 형성하는 등 장소성을 통한 마케팅 효과를 낼 필요성이 있음 (부산 음식관광 활성화 방안연구, 부산발전연구원, 2009)
 - 먹거리 촌을 조성하거나 축제를 개최하면 관광객들로 하여금 익숙하지 않은 향토음식에 대한 접근성을 높일 수 있고, 축제에 참여하는 과정에서 지역 음식에 대한 관심을 높일 수 있음

□ 정부의 적극적 지원 및 참여가 필요

- 음식관광이 중요한 관광의 요소로 여겨지면서 이러한 중요성을 인지한 국가들은 이미 정부차원에서 많은 노력을 기울임 (신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안, 경기개발연구원, 2010)
 - 정부의 노력으로 재정비된 싱가포르의 호커센터는 지방정부에서 적극 참여하여 단 기간에 체계적이며 효율적으로 개발되어 더 많은

관광객들을 유치하여 지역 경제발전상을 수상하기도 함

- 또한 유명요리사들을 초청하여 국가적인 축제를 개최하고 있기도 하듯이 음식관광 발전을 위해서 주최 혹은 후원자로서의 정부의 적극적 지원 및 참여가 필요
- 개별적으로 Self-guided tours를 계획하기도 하는 관광객들이 가고자 하는 목적지를 고려하여 자신들의 예산에 맞는 음식관광을 하고자 할 때, 유용한 정보가 제공될 수 있도록 자료의 시스템을 갖추어야 함
(정유경(2013), 음식관광을 통한 국내관광확대 정책제안, 한국관광학회 관광정책세미나)